

باسمه تعالی

"چالش اصلی جهاد تبیین، عدم شبکه ارتباطی اجتماعی"

حجت الاسلام والمسلمین استاد سید علی موسوی

ارائه شده در جلسه هفتگی تشکل طلبگی ربیون

۱۴۰۲/۱/۸

یا ایها الذین آمنوا اصبروا و صابروا و رابطوا

ترسیم نوع و فضای جنگ کنونی

ما در فضای هجوم سنگین دشمن هستیم. این هجوم بیش از اینکه امنیتی باشد، سیاسی باشد یا حتی فرهنگی باشد، یک هجوم تبلیغاتی است. بله، فشار امنیتی را همه احساس می‌کنیم، یعنی خیابان‌ها ناامن می‌شود، شورش می‌شود، یک سری سلاح وارد کشور می‌شود، مشکل سیاسی را هم درک می‌کنیم یعنی شما یک دفعه در انتخابات می‌بینید یک نتیجه‌ای حاصل می‌شود، مشارکت بالا می‌آید پایین می‌آید و... که کسی منتخب و مسئول می‌شود که شاید مطلوبیت‌های لازم را نداشته باشد و زد و بندهایی جاری می‌شود، در حوزه‌ی فرهنگی هم همینطور؛ خیلی چیزهایی داریم که مطلوب‌مان نیست ولی وجود دارد و... از طلاق بگیر تا مواد مخدر تا بی بند و باری....

نقطه ی کانونی جنگ کنونی

اما واقعیت این است که هیچ کدام از اینها نقطه ی آتشی که الان جنگ در آن جاری است، نمی باشد. نقطه‌ی کانونی جنگ فعلی جنگ تبلیغاتی است. تبلیغاتی که می‌خواهد افکار عمومی را به سمت خاصی ببرد. یعنی در حال حاضر "فکر" مهم است نه رفتار و شاید همین الان این فکر تبدیل به یک رفتار فرهنگی نشود چراکه

طول می کشد. اینکه ذهنیت ها تغییر کند نیازمند یک جهاد تبلیغاتی است که دشمن در حال حاضر دارد پیش می برد. و ما هم باید با این جنگ مقابله کنیم و شروع به تبیین کنیم.

محتوای جهاد تبیین و آسیب شناسی آن

ما بایستی تبیین کنیم آن چیزی را که دشمن دارد تخریب می کند. یا حتی تبیین کنیم آن چیزی را که می تواند مبدأ هجمه‌ی به دشمن باشد. چه چیزی را باید تبیین کرد؟ خیلی چیزها؛ هر چیزی که دشمن دارد به آن حمله میکند و هر چیزی که بستر حمله‌ی شما به دشمن را فراهم میکند. از توحید گرفته تا اعتقاد به ولایت حضرت ولی عصر عج و تا نماز، روزه، حجاب، و تا فساد اقتصادی و علمی که باید جلویش را بگیری، و تا این ذهنیت که ایران الآن چه قدر وضعیتش افتضاح است. یا پاسخ به این سوال که الآن در مقایسه با کشورهای دیگر دنیا وضع مان خوب است یا نه؟ از منظرهای مختلف (سیاسی، فرهنگی، اقتصادی) آیا در حال سقوط هستیم؟ نسبت به قبل انقلاب، اوایل انقلاب، کشورهای اطراف مان، کشورهای دیگر دنیا چطور؟ این هم یک جنس محتوا برای تبیین است.

معمولاً انصراف جهاد تبیین خیلی سریع می آید روی همین محتوای آخری که بنده عرض کردم ولی در فرمایشات آقا، همه این هایی که گفته شد در جهاد تبیین لازم است. الآن می بینیم ابتدایی ترین عقاید هم مورد حمله قرار می گیرد. این ها باید تبیین شود؛ همه چیز تبیین می خواهد. مثلاً فرزندآوری تبیین می خواهد. احترام پیدا کردن روحانیت تبیین می خواهد. هرکاری تبیین می خواهد. یعنی شما بخواهی تغییری پدید بیاوری باید تبیین کنی. بنابراین جهاد تبیین، جهاد تبیین یک محتوای خاص نیست.

نقطه ی کانونی جهاد تبیین در مقابله با دشمن

ولی بین اینها یک محتوا هست که حساسیت بالاتری رویش پدید آمده و دشمن از این طریق به ما ضربه وارد کرده که اگر این ضربات را نتوانیم جبران کنیم نمی توانیم حرکت کنیم، و آن هم این است که در حوزه ی پیشرفت توانسته تصویر عمومی بسازد که ما در اوج نابودی هستیم. این تصویر را باید تغییر دهیم؛ واقعی نیست، دروغ است.

مخاطب، شکل و قالب جهاد تبیین

ما بعد از اینکه مشخص شود که چه چیزی را می خواهیم تبیین کنیم، سوال بعدی اینجاست که برای چه کسی می خواهیم تبیین کنیم و چگونه می خواهیم تبیین کنیم؟ معمولا بعد از اینکه چه چیزی را می خواهیم تبیین کنیم، خیلی سریع بحث می رود سراغ اینکه چگونه می خواهیم تبیین کنیم؛ یعنی فرم چطور باشد؟ می خواهد به زبان هنری باشد و... . ما وارد این بحث فرم نمی شویم چون بحمدالله توجه به این به اندازه کافی می باشد.

آسیب شناسی مخاطب جهاد تبیین و جهاد تبیین در فضای مجازی

بحث ما در رابطه ی با مخاطب تبیین است. یعنی ما برای چه کسی می خواهیم تبیین کنیم؟ این معلوم است؛ برای همه ی مردم. اما مگر شما دسترسی به همه ی مردم دارید؟ کجا می خواهی تبیین بکنی؟ مکان های تبلیغی تان کجاست؟ آیا در این مکان هایی که برای تبیین در نظر داریم، میتوان همه مردم را یافت؟ یا فقط یک قشر خاص را میتوان پیدا کرد؟ این دقیقا مشکل ماست. دلیل اینکه جهاد تبیین مان جواب نمی دهد، یک خلأ است. و مهمتر، دلیل این که جهاد تبیین نمی کنیم هم همان خلأ است: "من مردم را کجا پیدا کنم؟!" مردم یکجا نیستند، در همه جا هستند. ولی ما جهاد تبیین مان معمولا در همان محیط هایی است که بهش دسترسی داریم. کجاها؟ در مسجد، سر کلاس درس، که این هم تا نهایت دبیرستان و اینهاست و بالاتر که می رود مقداری پیچیده تر می شود. می گوییم برویم در فضای مجازی ارتباط بگیریم؛ محتوایی درست می کنیم و می دهیم صداوسیما برای همه ی مردم پخش کند. تصور شما این است که اگر یک چیزی در صداوسیما پخش شود برای همه ی مردم است؟! نه. اولاً صداوسیما در کدام شبکه اش و در چه ساعتی پخش کند؟ بعلاوه بگذریم که جامعه ی شما اصلا با صداوسیما ارتباط چندانی ندارد بلکه در شبکه های اجتماعی زندگی می کنند. می گوییم یک محتوایی درست می کنیم، یک چیز خیلی خوب، و آن را در فضای مجازی پخش می کنیم. بنظر تان به دست مخاطب می رسد؟! محتوایی که ما تولید می کنیم کجاها می چرخد؟ بین چه کسانی می - چرخد؟ بین خودمان! یک کلیپ تولید می کنیم، جواب طرف مقابل را می دهیم بعد خودمان نگاه می کنیم و لذت میبریم و میگوییم چقدر خوب جواب دادیم، طرف مقابل غلط بکند دوباره چنین حرفی بزند! خودمان می - خندیم، خودمان هم راضی ایم از اینکه جواب آنها را داده ایم.

ولی داریم این کلیپ را برای خودمان می سازیم، دلمان خوش است که جواب شان را داده ایم. اصلا آن طرف مقابل نه این کلیپ را دیده و نه اصلا دسترسی به این کلیپ دارد.

بله دسترسی خیلی سخت است؛ به همان اندازه ای که در مسجد دسترسی به یکسری افراد سخت است، دقیقا در فضای مجازی هم دقیقا همین مشکل وجود دارد. یعنی شما محتوایی که داری پخش می کنی، به چه کسی می گویی؟ کانال شما را چه کسانی عضو میشوند؟ آن کسانی که این جنس محتوا را می پسندد. در نهایت مجبور می شوی برای اینکه مخاطب پسندد، سراغ محتواهای نادرست بروی و در این بین خیلی کم و گذرا محتواهای خودت را هم بگنجانی. در نهایت متأسفانه کارت با همان محتواهای نادرست به فساد کشیده میشود. یعنی اینقدر محتوای ضد تبلیغاتی تأثیر می گذارد که حالا آن وسط یک آگهی هم محتوای سالم بگذاری اثری نخواهد داشت! اصلا چرا این کار را بکنی؟ از همان اول می روی سراغ کانالهای اثرگذار طرف مقابل یک پولی به آنها می دهی برای اینکه تبلیغی هم برای ماه رمضان در کانالش بیاورد!! او هم می آورد ولی باز هم در بین آن، محتوای نادرست خودش را هم می گوید. پس فرقی بین این دو نیست.

مشکل و بحران اساسی در جهاد تبیین

ما بحران اساسی ای که در حال حاضر داریم، بحران مخاطب است. ما برای جهاد تبیین مان مخاطب نداریم. به عبارت دیگر به آن مخاطبی که می خواهیم برایش جهاد تبیین بکنیم دسترسی نداریم. یعنی دسترسی خیلی سخت و ضعیفی داریم. به بخش قابل توجهی شان راحت نمی توانیم دسترسی پیدا کنیم. بله قبول داریم که یک چیزهایی را هم باید بین همین بچه های حزب اللهی تبیین کرد؛ یعنی هر عملیاتی از بین بچه های حزب اللهی شروع می شود. پس ما به مخاطب اطراف خودمان تا حدی دسترسی داریم. اما یک مقداری که جلوتر از اطراف خودمان می رویم، دیگر دسترسی نداریم؛ چون ما حزب اللهی ها مشغول خودمان هستیم. مثلا شما این روزها در تعطیلات نوروزی بودید؛ چقدر با طیفی از فامیل که هم عقیده و هم سلوک با شما نبودند ارتباط داشتید؟! متأسفانه بعضی از اینها را که در همین تعطیلات نوروزی هم سراغ شان نرفتید. و از قضا اینها همان کسانی اند که الان در فضای مجازی فساد می کنند و هر حرفی را می گویند. همین فامیل های خودمان. فامیل های من و شما. چقدر با اینها ارتباط دارید؟!

یا مثلا رفقای دبیرستانی که همکلاسی یا هم مدرسه ای بودید، در آنجا هم یک اقلیتی حزب اللهی بودند. چقدر ارتباط داشتیم و ارتباط مان را حفظ کردیم؟ اساسا چقدر برای این ارتباط ها ضرورت می بینیم؟ یا در محله همینطور، اصلا در محله با کسی ارتباط دارید؟ از آن سوپر مارکت بگیر تا همسایه هایتان. توی آپارتمان تان، همسایه هایی که دارید. بعضی از اینها را فقط صبح ها می بینید که می آید در ماشین اش می نشیند و از پارکینگ بیرون می آید. بهانه ای برای ارتباط نداریم. یعنی به بهانه ای برای ارتباط فکر نکردیم و فکر نمی کنیم. چرا؟ چون من کار و کاسبی دارم، زندگی دارم، مسجد دارم، تبلیغ دارم. و قرار است در همه ی این فعالیت

هایم جهاد تبیین کنیم. بعد می‌روید آنجا که جهاد تبیین کنید، می‌بینید که اینها باز دوباره خودمان هستیم. یعنی این طور نیست که دسترسی به کسانی که نیازمند تبیین اند نداشته باشیم، اینها همین دور و بر خود ما هستند. همه‌ی اینها زمینه‌ی گفتگوی موثر تبیینی را دارند. الآن مشکل اساسی‌ای که ما با آن مواجه هستیم این است که بدنه‌ی بچه‌های انقلابی ما ارتباطات اجتماعی‌شان به شدت بسته است. ما در فضای مجازی بسته ایم و در فضای حقیقی هم همین جوری شده که بین خودمان هستیم. بعد شما می‌بینید که چه کسی گاردش مثلاً با آن اکثریتی دبیرستانی باز است؟ همان اقلیت خلافکار. اینها با آن اکثریت می‌گویند، می‌خندند، با ایشان شب نشینی برگزار می‌کنند، باهم سیزده به در می‌روند و بزن و برقص راه می‌اندازند. رفیق گرمابه و گلستان‌شان شده اند. شما چی؟ شما در یک جمع مذهبی هستید و رفتید گوشه‌ای که از این آسیب‌ها به دور باشید. پس بنابراین مشکل جهاد تبیین، نوع زیست‌مان می‌باشد. این مانع اساسی جهاد تبیین است. ما با این مدل زندگی کردن‌مان نمی‌توانیم جهاد تبیین کنیم.

علت اصلی مشکل و بحران جهاد تبیین

چرا این اتفاق برایمان افتاده است؟ این سبک زندگی از کجا پدید می‌آید؟ از آنجایی که یک دفعه هجوم سنگین فرهنگی را در محیط می‌بینیم، می‌خواهیم خودمان و خانواده‌مان را حفظ کنیم: قوا انفسکم و اهلیکم ناراً. این آتش است. بچه‌های من با بچه‌های این افراد بروند نشست و برخاست بکنند بعد یک مدت چه اتفاقی می‌افتد؟ همه‌ی بلاهایی که سر بچه‌های او آمده، سر بچه‌های من هم می‌آید. غیر از این است؟! یعنی دلیل این که بچه‌های حزب اللهی‌مان این زیست را انتخاب کرده اند، این است که ما می‌ترسیم زندگی خودمان و خانواده‌مان از فرهنگ اسلامی و ایرانی دور شود. فلذا جمع‌مان تبدیل شده به جمع بسته. از آینده‌ی بچه‌های-مان می‌ترسیم، از آینده‌ی خودمان می‌ترسیم.... پس ببینید دوستان جهاد تبیین یک محتوا دارد که گسترده است، یک فرم دارد، ولی گیر و مشکل این‌ها نیست، بلکه مخاطب است، ما اصلاً دسترسی به مخاطبی که باید برایش تبیین صورت بگیرد، نداریم. یعنی دسترسی داریم ولی ما بسته‌ایم. ما مذهبی‌ها و انقلابی‌ها با همدیگر ارتباط داریم. چه کسی گاردش باز است؟ دقیقاً جریان مقابل. یعنی ما یک اقلیت ده پانزده درصدی هستیم و آنها هم یک اقلیت ده پانزده درصدی، اما آنها بسیار گاردشان باز است. خیلی خوب ارتباط می‌گیرند. اما ما بسته‌ایم؛ بخاطر این که از آینده‌ی فرهنگی خودمان می‌ترسیم. خوب می‌دانید این نوع زیست دقیقاً همان زیست یک عده از مذهبی‌ها در قبل از انقلاب است. قبل از انقلاب، آن فضای خطرناکی که توسط رژیم پهلوی ساخته شده بود عملاً برای قشر مذهبی یک راه بیشتر باز نمی‌

گذاشت که مثلا همه بروند تهران در خیابان ایران خانه بگیرند، فرزندان شان را بگذارند مدارس همان جا، ارتباطات بسته، و آنجا هم انجمن حجتیه خیلی فعال بود. اصلا انجمن حجتیه دعوت به یک چنین زیستی می- کند. این سبک زندگی انجمن حجتیه‌ای است. یک سبک زندگی بسته.

آسیب شناسی طیفی از حزب الهی ها که ارتباط اجتماعی گسترده دارند

یک عده ی دیگری هم از بچه‌های حزب‌اللهی هستند که گارد بازی در ارتباطات اجتماعی دارند. یادم هست که وقتی دانشجوی سال اول دانشگاه بودم، یک پسر مذهبی قمی با ما هم‌دوره بود. اول ریش داشت و تپش هم تپ بچه حزب‌اللهی بود، بعد یک مدتی دیدم که این ریشش را زد و شلوار لی پوشید و رفت بین همین تپ سوسول های دانشگاه و برنامه‌ی هنری برای اینها می‌گذاشت و می‌گفت که می‌خواهم اینها را جذب کنم. اوائل واقعا در کار جذب بود و بیش هم بحث خدا و پیغمبری به میان می‌آورد، بعد یک مدتی دیدم که دیگر در حال بگو و بخند با دخترهاست و بعد چندوقت دیگر همان تپیی شد. یعنی می‌خواهم بگویم این طرفش هم جدی است و باید مواظب بود. یعنی کسی هم که در ارتباطات اجتماعی گاردش باز است، اول از همه خودش را ممکن است از دست بدهد، بعدش فرزندانش را از دست می‌دهد چرا که می‌گوید باید فرزندم برود با اینها بچرخد.

راهکار نهایی

خوب بالاخره ما چه کنیم؟ ما از یک طرف می‌خواهیم با محیط عمومی اجتماعی ارتباط بگیریم و جهاد تبیین کنیم، از یک طرف هم می‌بینیم که روند عمومی جامعه به یک سمتی است که ما اگر خودمان را سفت نگیریم، خودمان و خانواده‌مان را از دست می‌دهیم.

یک راه حلی را قبل از انقلاب حضرت امام به هیئت مؤتلفه می‌دهند. اینها مذهبی و هیئتی بودند اما انجمن حجتیه ای نبودند و می‌خواستند انقلاب کنند. (پای کار انقلاب هم همین هیئتی ها بودند؛ اینکه فکر کنید روشنفکران بودند و اشتباه است؛ هیئت خیلی جای مهمی بود.) اینها آمدند پیش امام که ما چه کنیم؟ دقیقا همین مسئله ای که ما داریم.

این توصیه مرحوم امام را مرحوم مصباح در سالهای ۷۸ نقل می‌کنند. که حضرت امام ره به هیئت مؤتلفه توصیه کردند که سعی کنید یک هسته ی سخت مرکزی داشته باشید که همان ارتباطات گرم و دوستانه و خانوادگی‌تان با یکدیگر است یعنی پایه و اساس و بیشتر ارتباطات‌تان با همان جمع باشد. یک حلقه‌ی گرمی با مومنین داشته باشید و سعی کنید زیاد با هم باشید. این امر به رابطوا یعنی اینکه ارتباطات مهم است.

(بگذریم که این ارتباطات می تواند حجم زیادی از گرفتاری های تان را کاهش دهد. یک بحثی هم اینجا هست که مربوط به بحث های سبک زندگی هست که چکار کنیم ارتباطات جمعی مومنانه ی ما تسهیل گر زندگی جمعی مان باشد؟ که این می شود؛ مخصوصا اگر به زندگی فکر کنید. و در اینجا دیگر وقتی جمع مومنانه است باید توأسی به صبر کنیم، توأسی به حق کنیم. ارتباطات، ارتباطات توأسی است)

اما بعد از این حلقه ی اول، یک حلقه ی دومی هم داشته باشید که خیلی نباید با اینها قاطی شوید و مناسبات زندگی تان را با این حلقه تعریف نکنید. زندگی تان با آن طیف بچه های حزب اللهی سفت و محکم باشد ولی ارتباطات اجتماعی تان گسترده باشد. باید با همه ی بدنه ی اجتماعی خودتان ارتباط داشته باشید. حالا اگر دیدید که فسادش زیاد است، بسته به ظرفیت تان با او انس بگیرید.

در فضای فامیلی هم همین طور است. ارتباطات خانوادگی را قطع نکنید. هر رابطه ای یک بندی را ایجاد می کند. همین بند خودش فرد را می کشد. همین که با شما می نشیند دیگر فلان کار را نمی کند یا کمتر انجام می دهد. بگذریم که ممکن است که همین ارتباطات عمیق تر و صمیمی تر شود که دیگر شما می توانید با فامیل حرفهای جدی تری را بزنید. اول فامیل است، بعدش هم محله ای هایتان هستند. بهانه ی ارتباط هم این جور نیست که شما یک دفعه در بزنید بگویید می خواهم جهاد تبیین کنم. نه، اول باید بگویید بخندید، چند بار سلام و احوال پرسی بکنید. با فامیلی که یکسال است که او را ندیدید که نمی توانید از همان ابتدا شروع به تبیین کنید و به او نکته بگویید! بلکه باید یواش یواش ارتباط بگیرید و در ارتباطات بعدی ممکن است نکته ای هم به او بگویید و همین طور به ترتیب لایه های بعدی بدنه تان که در فضاهای مختلف با آنها ارتباط دارید الی آخر.

بنابراین ببینید دوستان! الآن مشکل تولید محتوا نیست. بلکه این است که به دست طرف مقابل نمی رسد. چجوری ممکن است برسد؟ در صورتی که شما ارتباط روی زمینی با این طیف داشتید، محتوایی به اینها دادید، آنها خودشان ارتباط دارند. بعد شبکه ی ارتباطی آنها گسترده است.

فضای مجازی

و در فضای مجازی هم بخشی از این قفل همینگونه می شکند. البته در فضای مجازی ما با مشکلات عمیق تری مواجهیم. یک پلتفرم، یک هوش مصنوعی اجازه ی این را نمی دهد که تو هرطوری که دلت می خواهد افکار عمومی را سامان دهی بکنی، او خیلی خوب خودش کانال کشیده، شائبه های حیاتی توزیع اطلاعات را توانسته است که شکل بدهد. یعنی مثلا اینستاگرام اصلا اجازه نمی دهد که بعضی از محتواها بالا بیاید. ولی محتواهای

کتیف خودش را حتی برای شما که حزب الهی هم هستید بعنوان پیشنهاد بالا می آورد چون الان در اینستاگرام این دیگتر ترند است. هرچیزی که سرچ می کنی می بینی اصلا در یک عوالم دیگری است. یعنی عملا یک سری گزینه ها را بالا می آورد و اجازه نمی دهد که تو هرچیزی را که می خواهی بیاوری. توی این فضا تنها راه شکستن این پلتفرم این است که ما از فضای حقیقی فاصله نگیریم.

بنابراین خلاصه کنم:

اولین قدم در جهاد تبیین این است که صرف ارتباطات معنوی و خانوادگی و جمعی خودتان را با بچه های حزب الهی جدی و تقویت کنید. و بعد با همین جمع ارتباطات خودتان را با فضای گسترده ی فامیل، رفقا و هم کلاسی ها و هم محله ای های کمتر مذهبی جدی کنید؛ حریف کاملا جدی خیمه زده است. همین کمتر مذهبی ها به سمت شما بیشتر متمایل هستند تا به سمت حریفان شما. همین کمتر مذهبی ها گاهی هیئت می روند، حرم می روند و... اشکی هم می ریزند. شما ارتباط بگیر، این وجهش تشدید می شود. این وجهش پررنگ تر می شود. باید حواست جمع باشد که خودت نیفتی در تور گسترده ی پهن شده توسط دشمن که او هم در آن افتاده است. تو او را به سمت خودت بکش. و به واسطه ای که تو او را می کشی، داری کل آن شبکه ای که این به آن متصل است را به سمت خودت می کشی. محتوای را یک دور بتوانی بریزی در میدان طرف مقابل، در فضای مجازی و فضای حقیقی.

پرسش و پاسخ :

پرسش: این که تک تک افراد توصیه به این بشوند که ارتباطات حقیقی شان را زیاد بکنند، یک توصیه ی راهبردی است در سطح ارتباطات، اما اینکه چطوری این اتفاق تبدیل به یک امر فراگیر شود سوال مهمتری است. چون متأسفانه مشکل این است که مهارت های ارتباطاتی گاهی ضعیف است یا اینقدر فاصله های ارتباطاتی زیاد است که حتی طرف با فامیل خجالت می کشد که ارتباطاتش را برقرار کند و بعد حرفهایش را بزند و می - خواهم بگویم این قسمت در ذهن خیلی از حزب الهی ها خاموش است که چطوری ارتباط بگیرند. این توصیه را چطوری می شود به یک امر فراگیر تبدیل کرد که همه ی بتوانند بهره ببرند؟

استاد: قاعده ی طبیعی در هر پدیده ای طبعاً از دو نقطه سیراب می شود: نقطه ی اول این است که یک عده ی مومن و معتقدی بیفتند پای این کار یعنی همین جمع اگر جدی باشد، نفس همین جمع جدی که دارد قصه را

توسعه می‌دهد خودش یک اتفاق بنیادین است. قدم دوم بازنمایی و روایت همین اتفاق است. لذا فراگیر کردن ما صرفاً یک تصویر بدون واقعیت نباید باشد. یک عده تصورشان این است که اگر یک چیزی را می‌خواهی فراگیر کنی، دائم در فضای رسانه‌ای و فضای منبر و گفتگو به آن ضریب بده. من فکر می‌کنم اگر روی زمین چیزی در حال حرکت و تحقق نباشد، تأکید کردن‌های مکرر و ساختن کلیپ‌ها و محتوا و غیره و غیره برای آن، تأثیری که باید بگذارد را نمی‌گذارد چون یک واقعیتی در جریان نیست. باید یک واقعیتی در جریان باشد، و روایت آن واقعیت هم بعدش ساخته شود. فعلاً ما توی خلق این پدیده ایم.

و اما موانع ارتباط؛ مثلاً فرد خجالت می‌کشد و در ارتباطات فامیلی اصلاً تاکنون وارد این بحث‌ها نشده؛ چگونه قفل زبان‌مان را باز بکنیم؟ ببینید دوستان! توصیه‌ی اول من به رابطه است. به جهاد تبیین نیست. ارتباط برقرار کنید. بگویید، بخندید، صحبت کنید، احوالپرسی کنید، جویای احوال و کاسبی و زندگی مردم شوید. این قدم اول است. اول باید انس بگیرید. وقتی که انس بگیرید بعد سر صحبت باز می‌شود. ما هنوز قدم اول را برنداشتیم. الان مثلاً با همین رفقای دبیرستانی‌تان یک دفعه یک گروهی بزنید بنام جهاد تبیین و همه را عضو کنیم، ما از این کارهای کیلویی کم هم نمی‌کنیم که! بعد یک مدتی می‌بینی که یکی یکی یک چیزهایی در آن گروه فوروارد می‌کنند ربط و یابس. بعد مدتی می‌بینی که افتادی زیر بار حجم بالایی از داده‌ها. تو خودت این گروه را زدی برای تبیین کردن بعد می‌بینی که جریان مقابل کل این گروه را تسخیر کرده است. بعد یک مدتی یکی یکی این پیام‌ها را حذف می‌کنی و بعد یک مدتی همگی لغت می‌دهند. اصلاً راه این جوری نیست. اول انس است. انس پدید بیاید و صمیمیت شکل بگیرد که اینها مهارتی نمی‌خواهد. انسان است دیگر. خودش بلد است که چطوری انس بگیرد. در خلقتش هست. بعدش آرام آرام ادامه مسیر.

این کارهای عملیاتی‌ای که برای جهاد تبیین می‌شود. مثلاً در فلان تعداد مسجد و پایگاه جهاد تبیین داشته‌ایم و عملیات گسترده کرده‌ایم. بعد می‌بینیم حرفها دارد بین خودمان می‌چرخد. رفقا در دنیای امروز از این کارهای هوچی‌گری دیگر نمی‌کنند. تمام شد. دوره‌اش گذشت. در دهه‌ی شصت از این کارها میکردیم که سیاهی لشکر جمع بکنیم و احساس بکنیم که ما مثلاً پیروزیم و در میدانیم. الان تا جای ممکن شما برای هراتفاقی باید بروی توی بافت زندگی طبیعی اجتماعی مردم. هرچه این را در این بافت طبیعی قرارش دادی ماندگار می‌شود، و هرچه را قرارش ندادی نمی‌ماند و صرفاً نمایش است. بله در زیست سنتی ما اینها بوده است: حجم بالای ارتباطات خانوادگی. که ما اینها را از دست داده‌ایم. استعمار همه‌ی اینها را از ما گرفته است. من بنظرم تا وقتی سبک زندگی‌مان را عوض نکنیم. با همین قاعده‌ی یک خطی: "ارتباط عمیق درونی با جمع مومنین و ارتباط گسترده‌ی اجتماعی با فضای عمومی کمتر مذهبی." جامعه‌ی ایران متأسفانه تحت تأثیر لیبرال سرمایه‌داری دارد

می‌رود به سمت یک زندگی با هسته‌های متکثر و غیر مترابط. یعنی هرکسی زور بزند زنش و بچه اش را جمع میکند. پدر و مادرش هم گه‌گذاری و ماهی یکبار هم خواهر و برادر و... بقیه را هم که ول کن. تا این هست آن چیزی که دشمن می‌خواهد سوار است. و این می‌آید جامعه را تکه‌تکه می‌کند که هیچ کس دیگر ارتباط نگیرد و پلتفرم خودش را می‌آورد و حاکم می‌کند و خودش تعیین می‌کند که چه بمبارانی باید شکل بگیرد و چه در مغز مردم برود. پس بنابراین جهاد تبیین در نقطه‌ی محتوا زیاد گیر نکرده است بلکه در عملیات گیر کرده است که عملیات هم در نقطه‌ی ارتباط گیر کرده است.

پرسش: قدم بعدی چیست؟

استاد: قدم بعد از این انس و تبیین این است که خود همین مخاطب را فعال کنی در همین امر. بعد سیستم باید خودش از دل خودش زایش داشته باشد. سیستمی ماندنی است که بتواند پدیده‌های خودش را خودش گسترش بدهد. یعنی بعد از این که روایت کردی باید این اتفاق بیفتد که یک عده‌ی کثیری بیایند در همین کار. یعنی باید اشخاص را به گونه‌ای وارد این سیکل بکنی که خود او بشود عنصر موثر برای قدم دوم و خودش بردارد.

البته اشخاص هم متفاوتند. هرکس به اندازه‌ای پای کار می‌آید. از خاموش کردن هست تا فعال شدن. و اساساً انقلاب همین طور شکل گرفت و ما از سال ۴۲ تا ۵۷ داشته‌ایم به شکل مویرگی در تمام جامعه شبکه ایجاد می‌کردیم. محتوا یک محتوا بود. و علت اصلی هم که انقلاب امام (ره) در همان ابتدا پیروز نشد همین عدم شکل‌گیری شبکه‌ی مویرگی در جامعه بود. چون سال ۴۲ فقط همان جمع محدود مذهبی‌ای که باقی مانده بود را فقط زیر نظر خودش داشت. الآن آن ساختار لوله کشی‌ای که مرحوم امام پدید آورد را نداریم. می‌بینید حرف آقا نمی‌رسد و حتی حرف ماها هم نمی‌رسد.

مثلاً دو مدل بود: ۱. انجمن حجتیه: شبکه‌ی بسته. / ۲. هیئت‌های مؤتلفه: بسته در ارتباطات عمیق، باز در ارتباطات انقلابی.

و این را هم بدانید دوستان! اوایلش سخت است که چند نفر را جمع کنید. کم‌کم چون روندش تساعدی است می‌بینید شده یک شبکه‌ی عظیم اجتماعی. یعنی اینطوری نیست که فکر کنید مسیر طولانی‌ای را در پیش دارید. مثلاً الآن مگر جریان مقابل شما برای این که کشف حجاب راه بیندازد چقدر کار کرد؟ ۵ سال. روز اول چهار تا دختر را زور کرد که حجاب بردارند و بعد این را روایت کرد و بعد جرئت داد و... خیلی هم بدنه‌ی اجتماعی

گسترده‌ای نداشت. بعد الآن کف خیابان شما می‌بینید به همان چیزی که می‌خواستید رسیده است. من تصورم این است که جریان به یکباره تبدیل به یک سیل می‌شود.

پرسش: این‌هایی که معمولا در فضای اسلام اجتماعی کار می‌کنند، آسیب‌شناسی‌شان معمولا همین توصیه‌ای است که شما می‌فرمایید. این چگونه تبدیل می‌شود به آن نقطه تیزی که معمولا دنبالش هستیم؟ که عبارت باشد از حاکمیت ارزش‌ها در جامعه؟

استاد: خیلی راحت؛ ببینید اگر این شبکه‌ی ارتباطی را داشته باشیم چه استفاده‌ای می‌توانی ازش ببری؟ در انتخابات، در جهاد تبیین و... هرچیزی را بخواهی بالا بیاوری باید در قالب همین شبکه‌های اجتماعی بالا بیاوری. مسئله این نیست که ما بخواهیم کارکرد سیاسی را حذف کنیم، مسئله این است که ما الآن یک شبکه‌ای نداریم که این تبیین‌مان در آن بیندازیم و برسد. بستر و پلتفرم اجتماعی نداریم. و این قدرتی که شبکه‌ی اجتماعی حقیقی دارد اصلا قابل مقایسه با شبکه‌ی مجازی نمی‌باشد.

پرسش: جایگاه فضای مجازی در این عملیات چیست؟

استاد: ارتباطی که در فضای حقیقی ترسیم کردیم می‌آید در فضای مجازی؛ شما باید ببینید فردی که کمتر مذهبی است را قانع بکنم سر یک مسئله دینی و مذهبی، چجوری باید با او صحبت کنم؟ چه استدلالی باید بیاورم؟ ولی فضای مجازی فضای تولید محتوا است. محتوا تولید کن، بریز. مباحثه و گپ و گفت و اینها جواب نمی‌دهد. باید بافت ذهنی‌ها را شناخت. مثل هوش مصنوعی.

و یک طیف دیگر هم هستند که مذهبی‌اند ولی خیلی انقلابی نیستند، اینها خیلی به شما نزدیک‌اند؛ منتهی اشکالی که ما داریم این است که بیش از حد حرفهای‌مان سیاسی شده‌است. ما خیلی ادبیات‌مان سرد و سیاسی شده‌است. و فرق ما با امام و آقا این است که حس معنوی باطنی از دل حرفهای ما نمی‌آید و یکسری حرفهای سرد و سیاسی است فلذا تبیین‌مان برای این قشر جواب نمی‌دهد. چون تبیین یک مسئله‌ی باطنی هم هست و باید قلب طرف را درگیر کرد. اگر بعد معنوی را پررنگ کردی او کاملا همراه است.